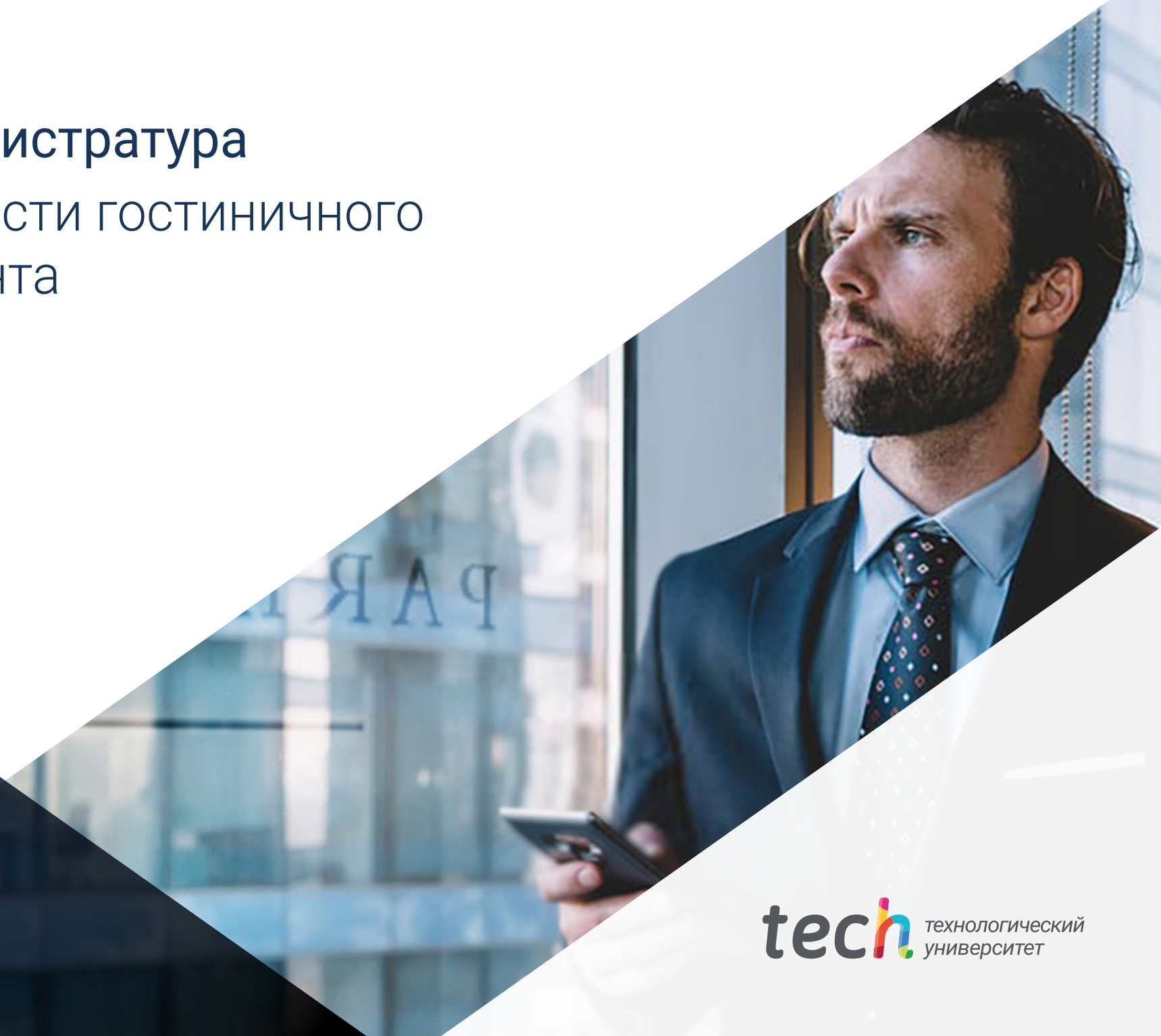


Бизнес-магистратура

МВА в области гостиничного менеджмента





Бизнес-магистратура МВА в области гостиничного менеджмента

- » Формат: онлайн
- » Продолжительность: 12 месяцев
- » Учебное заведение: ТЕСН Технологический университет
- » Расписание: по своему усмотрению
- » Экзамены: онлайн
- » Программа предназначена для: профессионалов с подтвержденным опытом работы в данном секторе

Веб-доступ: www.techtitute.com/ru/school-of-business/executive-master-degree/master-mba-hotel-management

Оглавление

01	Добро пожаловать	02	Почему стоит учиться в TECH?	03	Почему именно наша программа?	04	Цели
	стр. 4		стр. 6		стр. 10		стр. 14
		05	Компетенции	06	Структура и содержание	07	Методология
			стр. 20		стр. 26		стр. 40
		08	Профиль наших учащихся	09	Руководство курса	10	Влияние на карьеру
			стр. 48		стр. 52		стр. 72
				11	Преимущества для вашей компании	12	Квалификация
					стр. 76		стр. 80

01

Добро пожаловать

Управление отелем должно сосредоточиться на правильной организации и распределении ресурсов для того, чтобы клиенты получили незабываемые впечатления и продвигали наше заведение благодаря рекламе и методам продвижения, таким как "сарафанное радио", превращая их в постоянных клиентов. Это один из лучших способов добиться успеха гостиничного предприятия, но при этом необходимо, чтобы ответственные лица отлично знали этот сектор. Благодаря этой программе вы овладеете методами и инструментами управления отелями и продвижения туризма. Академическое путешествие, которое вы пройдете под руководством профессионалов отрасли, которые будут вести вас на протяжении всего процесса и передавать весь свой профессиональный и преподавательский опыт.



МВА в области гостиничного менеджмента
TECH Технологический университет

“

Получите специализацию в области
гостиничного менеджмента
и предложите незабываемые
впечатления своим гостям”

02

Почему стоит учиться в ТЕСН?

ТЕСН — это крупнейшая бизнес-школа 100% онлайн-формата в мире. Мы являемся элитной бизнес-школой с образовательной моделью с самыми высокими академическими стандартами. Международный высокопроизводительный центр интенсивного обучения управленческим навыкам.



“

TESH — это передовой технологический университет, который предоставляет все свои ресурсы в распоряжение студентов, чтобы помочь им достичь успеха в бизнесе"

В TECH Технологическом университете



Инновации

Мы предлагаем вам модель онлайн-обучения, сочетающую в себе новейшие образовательные технологии и максимальную педагогическую строгость. Уникальный метод с высочайшим международным признанием, который даст вам возможность развиваться в мире постоянных перемен, где инновации играют ключевую роль в деятельности каждого предпринимателя.

"История успеха Microsoft Europe" за включение в программы инновационной интерактивной мультимедийной системы.



Высокие требования

Чтобы поступить в TECH, не потребуются большие затраты. Чтобы учиться у нас, вам не нужно делать большие инвестиции. Однако для того, чтобы получить диплом в TECH, необходимо проверить уровень знаний и возможностей студента. Наши академические стандарты очень высоки...

95%

студентов TECH успешно завершают обучение



Нетворкинг

Профессионалы со всего мира принимают участие в TECH, чтобы вы смогли создать большую сеть контактов, полезных для вашего будущего.

100 000+

менеджеров, прошедших ежегодную подготовку

200+

разных национальностей



Расширение прав и возможностей

Развивайтесь наряду с лучшими компаниями и профессионалами, обладающими большим авторитетом и влиянием. Мы создали стратегические альянсы и ценную сеть контактов с основными экономическими субъектами на 7 континентах.

+500+

соглашений о сотрудничестве с лучшими компаниями



Талант

Наша программа - это уникальное предложение для раскрытия вашего таланта в мире бизнеса. Возможность, с помощью которой вы сможете заявить о своих интересах и видении своего бизнеса.

TECH помогает студентам показать миру свой талант при прохождении этой программы.



Мультикультурный контекст

Обучаясь в TECH, студенты могут получить уникальный опыт. Вы будете учиться в мультикультурном контексте. В данной программе мы применяем глобальный подход, благодаря которому вы сможете узнать о том, как работают в разных частях света, собрать самую свежую информацию, которая наилучшим образом соответствует вашей бизнес-идее.

Наши студенты представляют более 200 национальностей.



Учитесь у лучших

Наши преподаватели объясняют в аудиториях, что привело их к успеху в их компаниях, работая в реальном, живом и динамичном контексте. Преподаватели, которые полностью посвящают себя тому, чтобы предложить вам качественную специализацию, которая позволит вам продвинуться по карьерной лестнице и выделиться в мире бизнеса.

Преподаватели представляют 20 различных национальностей.



В TECH у вас будет доступ к самому строгому и современному методу кейсов в академической среде"

TECH стремится к совершенству и для этого обладает рядом характеристик, которые делают его уникальным университетом:



Анализ

TECH исследует критическую сторону студента, его способность задавать вопросы, навыки решения проблем и навыки межличностного общения.



Академическое превосходство

TECH предлагает студентам лучшую методику онлайн-обучения. Университет сочетает метод *Relearning* (наиболее признанная во всем мире методология последипломного обучения) с «методом кейсов» Гарвардской школы бизнеса. Традиции и современность в сложном балансе и в контексте самого требовательного академического маршрута.



Экономия за счет масштаба

TECH — крупнейший в мире онлайн-университет. В его портфолио насчитывается более 10 000 университетских последипломных программ. А в новой экономике **объем + технология = разорительная цена**. Таким образом, мы заботимся о том, чтобы учеба для вас была не такой дорогой, как в другом университете.

03

Почему именно наша програм?

Прохождение программы TECH увеличит ваши шансы достичь профессиональный успех в области высшего менеджмента.

Это задача, которая требует усилий и самоотдачи, но которая открывает дверь в многообещающее будущее. Вы будете учиться у лучших преподавателей и по самой гибкой и инновационной образовательной методологии.



“

У нас самый престижный преподавательский состав и самый полный учебный план на рынке, что позволяет нам предложить вам обучение на самом высоком академическом уровне”

Эта программа обеспечит вам множество преимуществ в трудоустройстве и вопросах личного развития, включая следующие:

01

Дать решающий толчок карьере студента

Мы даем вам возможность взять под контроль свое будущее и полностью раскрыть свой потенциал. Пройдя нашу программу, вы приобретете необходимые навыки, чтобы за короткий срок добиться положительных изменений в своей карьере.

70% студентов этой специализации добиваются успешных изменений в своей карьере менее чем за 2 года.

02

Разрабатывать стратегическое и глобальное видение компании

Мы предлагаем вам глубокое понимание общего менеджмента, чтобы вы узнали, как каждое решение влияет на различные функциональные области компании.

Наше глобальное видение компании улучшит ваше стратегическое мышление.

03

Закрепиться в высшем руководстве предприятия

Обучение в TECH открывает двери в профессиональную среду, в которой студенты смогут позиционировать себя в качестве руководителей высокого уровня, обладающих широким видением международной среды.

Вы будете работать над более чем 100 реальными кейсами из области высшего менеджмента.

04

Брать на себя новые обязанности

Мы покажем вам последние тенденции, разработки и стратегии для осуществления вашей профессиональной деятельности в меняющихся условиях.

45% наших студентов получают повышение внутри компании.

05

Получить доступ к мощной сети контактов

TECH формирует своих студентов, чтобы максимально расширить их возможности. Студенты с теми же интересами и желанием развиваться. Таким образом, можно будет обмениваться контактами партнеров, клиентов или поставщиков.

Вы найдете сеть контактов, необходимых для вашего профессионального развития.

06

Разрабатывать свой бизнес-проект в строгой последовательности

Вы получите глубокое стратегическое видение, которое поможет вам разработать собственный проект, принимая во внимание различные направления деятельности компании.

20% наших студентов разрабатывают собственную бизнес-идею.

07

Совершенствовать свои софт-скиллы и управленческие умения

Мы помогаем вам применять и развивать полученные знания и совершенствовать навыки межличностного общения, чтобы стать лидером, который меняет мир к лучшему.

Улучшите свои коммуникативные и лидерские навыки и продвигайтесь по карьерной лестнице.

08

Стать частью эксклюзивного сообщества

Мы предлагаем вам возможность стать частью сообщества элитных менеджеров, крупных компаний, известных институтов и квалифицированных преподавателей из самых престижных университетов мира: сообщества TECH Технологического университета.

Мы даем вам возможность специализироваться с командой признанных преподавателей на международной сцене.

04 Цели

Эта программа предназначена для укрепления управленческих и лидерских навыков в области туризма, а также для развития новых компетенций и навыков, которые будут необходимы для вашего профессионального развития. После окончания программы вы сможете принимать глобальные решения с инновационной перспективой и международным мировоззрением.



“

Одна из наших основных задач - помочь
вам развить необходимые навыки
для стратегического управления
гостиничным и туристическим бизнесом”

Ваши цели - это наши цели

Мы работаем вместе, чтобы помочь вам их достичь

Программа МВА в области гостиничного менеджмента научит вас:

01

Разбираться в основных понятиях туризма в связи с историей, экономикой, культурой, обществом и устойчивостью

02

Понять эволюцию туризма в различных сценариях его развития и в текущем контексте

03

Изучить структуру туристических рынков и их последствия для социального, экономического и экологического аспекта

04

Узнать о каналах распространения туризма, посредниках и агентах, составляющих туристическую дистрибуцию

05

Понять динамическую эволюцию процессов посредничества в туризме в связи с новыми технологиями



06

Изучить процесс туристического посредничества на основе электронной коммерции и процессы интеграции и концентрации компаний в текущих туристических продажах и маркетинге

08

Дать студенту практическое представление о различных областях управления гостиничным предприятием и предприятием общественного питания

09

Узнать об управлении гостиничным и ресторанным бизнесом и методах менеджмента

07

Проанализировать влияние использования Интернета в качестве посредника в туризме с точки зрения поставщика и клиента

10

Приобрести необходимые навыки и компетенции для выполнения обязанностей, начиная с руководящих должностей, связанных с управлением и организацией работы гостиничных предприятий и предприятий общественного питания



11

Понять элементы, входящие в состав операций и производственных процессов в секторе туризма, и функционирование производственных систем на различных предприятиях туризма

12

Понимать процессы и процедуры, необходимые для управления работой дополнительного туристского предложения

13

Подробно изучить производственные процессы, в частности, использование туристами круизных судов, аэропортов и авиакомпаний, а также спортивных курортов, с глубоким пониманием их операционных процедур и управления операциями

14

Понять динамичный и развивающийся характер туризма и его связь с созданием новых туристических продуктов в соответствии с текущим спросом и новыми тенденциями



15

Понимать функции организаторов мероприятий, их роли и последствия организации и проведения мероприятий

16

Понять этапы создания и функционирования малых и средних предприятий, с конкретным применением к сектору туризма

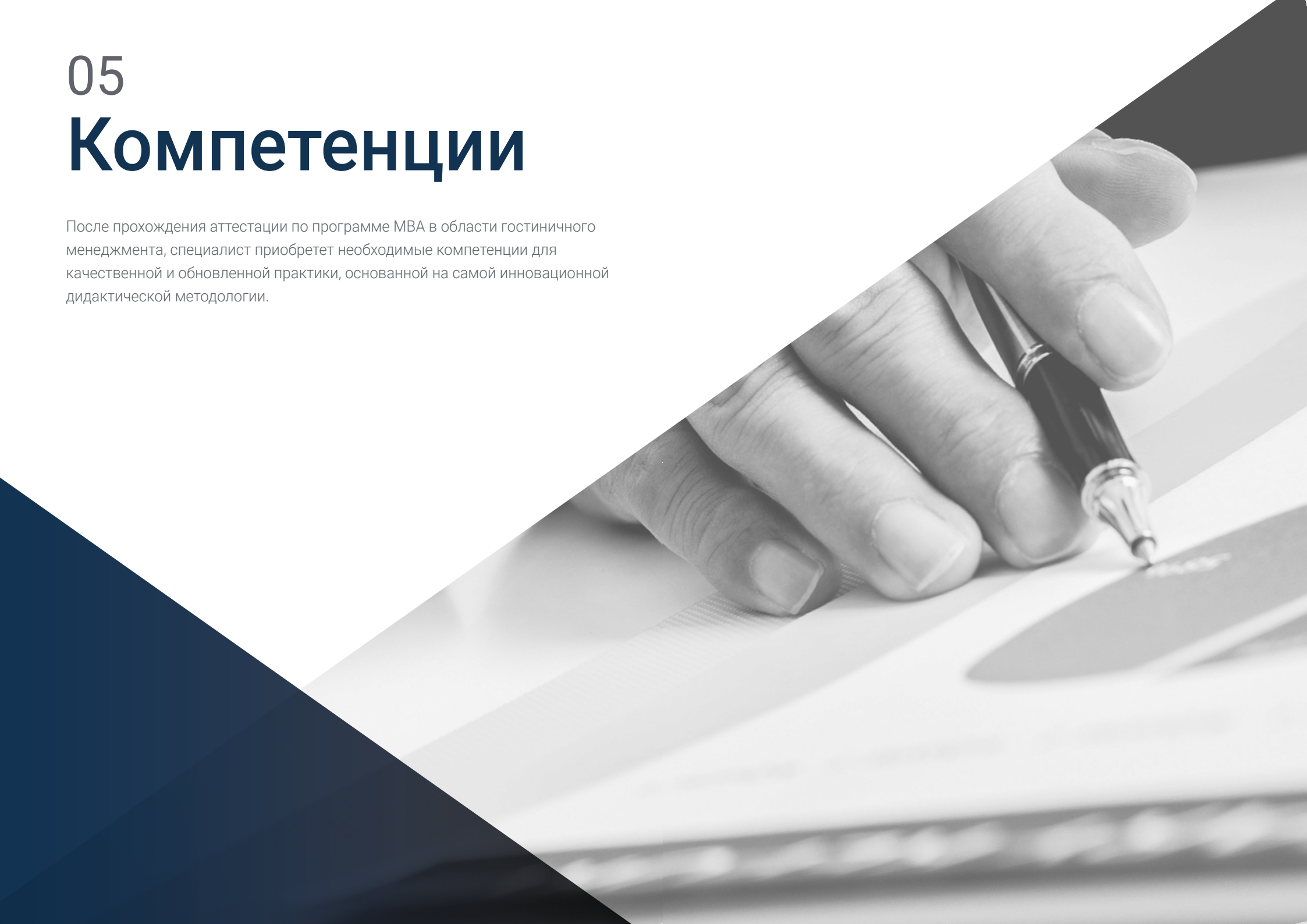
17

Понять важность лояльности клиентов для туристических продуктов и маркетинга взаимоотношений



05 Компетенции

После прохождения аттестации по программе MBA в области гостиничного менеджмента, специалист приобретет необходимые компетенции для качественной и обновленной практики, основанной на самой инновационной дидактической методологии.



“

Приобрести необходимые компетенции для осуществления правильного управления гостиницей”

01

Принимать решения о продукции, дистрибуции, коммуникации и интернационализации

03

Применить современный подход стратегического менеджмента к предприятиям туризма, чтобы прийти к формулированию и реализации наиболее подходящих стратегий для каждого типа предприятия туризма

02

Правильно проводить SWOT-анализ

04

Использовать разные маркетинговые стратегии



05

Определять стратегические цели в организации мероприятий организации в соответствии с ее внутренними потребностями, внешними требованиями, характером учреждения и его ситуацией; разрабатывать стратегии в планировании мероприятий

07

Проанализировать и изучить необходимые процедуры для создания в туристических компаниях дополнительных предложений туристических пакетов и их коммерциализации в качестве стратегии десезонизации туризма



06

Использовать маркетинг или ориентацию на потребителя в процессе принятия решений туристического предприятия

08

Разрабатывать стратегии и политику на основе функции управления, принимая во внимание глубокие знания каждого из отделов, составляющих управление отелями и ресторанами

09

Изучить различные подсектора туризма и их функционирование в туристических направлениях по всему миру

10

Анализировать инновационные модели и стандартизацию вокруг творческих процессов инноваций

11

Управлять шагами по разработке руководства по организации и протоколу внутренних мероприятий и его применению в реальной жизни организаций





12

Проанализировать международные стандарты туризма

13

Правильно управлять гостиничным
предприятием или предприятием
общественного питания

06

Структура и содержание

Программа MBA в области гостиничного менеджмента - это индивидуальная программа, реализуемая на 100% в режиме онлайн. Таким образом, вы можете выбрать время и место, которые наилучшим образом соответствуют вашей доступности, расписанию и интересам, что делает обучение более эффективным.

Программа, рассчитанная на 12 месяцев и призванная стать уникальным и стимулирующим опытом, который заложит основу для вашего профессионального успеха в качестве специалиста в области туризма.



“

Наша учебная программа разработана таким образом, чтобы обеспечить вам обучение, повышающее ваши знания до самых высоких стандартов квалификации”

Учебный план

МВА в области гостиничного менеджмента в ТЕСН Технологическом университете - это интенсивная программа, которая подготовит вас к решению бизнес-задач и принятию решений на международном уровне. Содержание программы призвано способствовать развитию управленческих компетенций, позволяющих принимать решения.

На протяжении 1500 часов обучения вы будете анализировать множество практических случаев в ходе индивидуальной работы, добиваясь глубокого процесса обучения, который позволит вам применить на практике все изученное содержание. Таким образом вы сможете погрузиться в реальные ситуации в сфере бизнеса.

Эта программа МВА в области гостиничного менеджмента углубленно рассматривает различные сферы деятельности компании и предназначена для специализации руководителей, которые понимают управление гостиницами со стратегической, международной и инновационной точек зрения.

План, разработанный для вас, ориентированный на ваше профессиональное развитие и готовящий вас к достижению совершенства в области менеджмента и управления бизнесом в сфере туризма. Программа, которая понимает ваши потребности и потребности вашей компании благодаря инновационному содержанию, основанному на последних тенденциях, и поддерживается лучшей образовательной методологией и исключительным преподавательским составом, что даст вам навыки решения критических ситуаций творческим и эффективным способом.

Эта программа рассчитана на 12 месяцев и состоит из 10 модулей:

Модуль 1	Структура туристских рынков
Модуль 2	Каналы сбыта туристских услуг
Модуль 3	Гостиничный менеджмент и общественное питание
Модуль 4	Управление качеством и инновации в туризме
Модуль 5	Управление туристической деятельностью
Модуль 6	Организация конгрессов, мероприятий и протоколов
Модуль 7	Введение в организацию и управление бизнесом
Модуль 8	Коммерческий менеджмент и маркетинг
Модуль 9	Основы бухгалтерского учета
Модуль 10	Лидерство, этика и корпоративная социальная ответственность
Модуль 11	Управление персоналом и талантами
Модуль 12	Финансово-экономическое управление
Модуль 13	Исполнительный менеджмент



Где, когда и как учиться?

TECH предлагает вам возможность пройти это обучение полностью в режиме онлайн. В течение 12 месяцев обучения вы сможете в любое время получить доступ ко всему содержанию этой программы, что позволит вам самостоятельно распоряжаться своим учебным временем.

*Уникальный, ключевой
и решающий опыт обучения
для повышения вашего
профессионального роста"*

Модуль 1. Структура туристских рынков

1.1. Введение в туризм

- 1.1.1. Понятие туризма, происхождение и эволюция
- 1.1.2. Определения туризма
- 1.1.3. Виды туризма
- 1.1.4. Жизненный цикл туристского продукта
- 1.1.5. Гостиничный менеджмент и туризм

1.2. Туризм во времени

- 1.2.1. История туризма до 20 века
- 1.2.2. Современный туризм (20-й и 21-й век)

1.3. Планирование туризма

- 1.3.1. Процесс территориального планирования туризма
- 1.3.2. Инструменты планирования туризма: План развития туризма (ПРТ)
- 1.3.3. Устойчивость как критерий планирования туризма

1.4. Экономика туризма

- 1.4.1. Производственный процесс в туризме
- 1.4.2. Важность экономических последствий туризма
- 1.4.3. Платежный баланс туризма

1.5. Туристические потоки

- 1.5.1. Международные туристические потоки
- 1.5.2. Туристические направления и исходные рынки

1.6. Туристический спрос

- 1.6.1. Расчет туристического спроса
- 1.6.2. Въездной туризм
- 1.6.3. Выездной туризм
- 1.6.4. Факторы, обуславливающие туристический спрос
- 1.6.5. Сезонный характер спроса
- 1.6.6. Тенденции туристического спроса

1.7. Туристское предложение

- 1.7.1. Анализ туристского предложения
- 1.7.2. Обеспечение туристическими ресурсами: природными и культурными
- 1.7.3. Туристское предложение в связи с технологическими инновациями: новые бизнес-модели
- 1.7.4. Управление гостиничным и туристическим бизнесом в сфере туризма

1.8. Туристическое предприятие

- 1.8.1. Концепция туристического предприятия
- 1.8.2. Типы туристических предприятий
- 1.8.3. Среда деятельности туристического предприятия

1.9. Введение в основные подсектора туризма

- 1.9.1. Гостиничный сектор
- 1.9.2. Сектор общественного питания
- 1.9.3. Туристические агентства и туроператоры
- 1.9.4. Воздушный транспорт
- 1.9.5. Дополнительные услуги

1.10. Структура туристского рынка

- 1.10.1. Структура мирового туристского рынка: глобализация
- 1.10.2. Структура рынка международного туризма

Модуль 2. Каналы сбыта туристских услуг**2.1. Дистрибуция туристских услуг**

- 2.1.1. Специфика туристического сектора
- 2.1.2. *Просьюмер*
- 2.1.3. Факторы современной дистрибуции туристских услуг: силы конкуренции

2.2. Введение в дистрибуцию туристских услуг

- 2.2.1. Маркетинг туризма: коммерческие посредники
- 2.2.2. Система распределения в секторе туризма
- 2.2.3. Роли посредников в системе дистрибуции туристских услуг

2.3. Каналы сбыта в туристическом секторе

- 2.3.1. Характер каналов сбыта
- 2.3.2. Функции каналов распределения
- 2.3.3. Критерии выбора каналов сбыта
- 2.3.4. Типология посредников в секторе туризма

2.4. Коммерческие посредники

- 2.4.1. Туристические агентства в дистрибуции туристских услуг
- 2.4.2. Типология туристических агентств
- 2.4.3. Изменения в позиционировании туристических агентств

2.5. Туроператоры в дистрибуции туристских услуг

- 2.5.1. Роль туроператоров в дистрибуции туристских услуг
- 2.5.2. Типология туроператоров
- 2.5.3. Текущая ситуация

2.6. GDS и CRS в дистрибуции туристских услуг

- 2.6.1. Роль GDS и CRS в дистрибуции туристских услуг
- 2.6.2. GDS как парадигма текущей ситуации

2.7. Центры бронирования в дистрибуции туристских услуг

- 2.7.1. Роль центров бронирования в дистрибуции туристских услуг
- 2.7.2. Типология центров бронирования
- 2.7.3. Текущая ситуация

2.8. Посредничество в сфере туризма сегодня

- 2.8.1. Влияние электронной коммерции на структуру индустрии туризма
- 2.8.2. Влияние новых технологий на поставщиков туристских услуг
- 2.8.3. Туристические посредники: проблемы и стратегии для электронной коммерции
- 2.8.4. Туристический потребитель и электронная коммерция

2.9. Интеграция в дистрибуцию туристских услуг

- 2.9.1. Способы интеграции бизнеса
- 2.9.2. Вертикальная интеграция в секторе туризма
- 2.9.3. Горизонтальная интеграция в секторе туризма

2.10. Стратегии в посредничестве при предоставлении услуг по организации отдыха и туризма

- 2.10.1. Стратегические переменные: ориентация на поставщика и клиента
- 2.10.2. Ориентация на поставщика
- 2.10.3. Ориентация на клиента

Модуль 3. Гостиничный менеджмент и общественное питание

3.1. Размещение вчера и сегодня

- 3.1.1. Древняя история
- 3.1.2. От Средневековья до 19 века
- 3.1.3. Гостиничный сектор сегодня

3.2. Размещение туристов

- 3.2.1. Понятие и виды туристического размещения
- 3.2.2. Не гостиничные заведения
- 3.2.3. Гостиничные заведения
- 3.2.4. Европейская система классификации гостиниц

3.3. Структура гостиничного предприятия

- 3.3.1. Организационная структура гостиницы
- 3.3.2. Типология гостиниц
- 3.3.3. Цепочки отелей
- 3.3.4. Основные операции по управлению гостиницей
- 3.3.5. Департаментский анализ отеля

3.4. Приемная, отделы напольных покрытий и технического обслуживания

- 3.4.1. Ресепшн и консьерж-служба
- 3.4.2. Отделы обслуживания на этажах и прачечные
- 3.4.3. Отдел технического обслуживания

3.5. Управление продажами

- 3.5.1. Коммерческий отдел
- 3.5.2. Департамент коммуникации
- 3.5.3. Управление доходами
- 3.5.4. Технология, применяемая на предприятиях размещения

3.6. Отдел администрации и бухгалтерского учета

- 3.6.1. Составление бюджета и бюджетный контроль
- 3.6.2. Анализ инвестиций
- 3.6.3. Гостиничные коэффициенты

3.7. Отдел кейтеринга в местах размещения туристов

- 3.7.1. Ресторан, кухня и столовая
- 3.7.2. Гастрономия и энология
- 3.7.3. Закупка и хранение
- 3.7.4. Организация и обслуживание на кухне
- 3.7.5. Организация и обслуживание номеров

3.8. Компании общественного питания

- 3.8.1. Понятие и типы общественного питания
- 3.8.2. Продукция и объекты общественного питания
- 3.8.3. Затраты на общественное питание
- 3.8.4. Фактическая или физическая и финансовая подсистемы в бизнесе общественного питания
- 3.8.5. Администрирование общественного питания и управление персоналом

3.9. Услуги общественного питания

- 3.9.1. Концепции ресторанного обслуживания
- 3.9.2. Взаимосвязь между рынком, концепцией и меню
- 3.9.3. Коммерческие концепции ресторанного обслуживания
- 3.9.4. Коммерческие рестораны в составе других предприятий

3.10. Планирование продаж и собраний в сфере общественного питания

- 3.10.1. Маркетинг
- 3.10.2. Групповые продажи
- 3.10.3. Обслуживание групп: кейтеринг/банкеты
- 3.10.4. Индивидуальные продажи
- 3.10.5. Тенденции

Модуль 4. Управление качеством и инновации в туризме**4.1. Управление качеством услуг**

- 4.1.1. Качество услуг
- 4.1.2. Характеристики и измерения качества услуг
- 4.1.3. Качество с точки зрения клиентов. Уровни качества

4.2. Управление качеством туристских услуг

- 4.2.1. Основы управления качеством
- 4.2.2. Системы управления качеством
- 4.2.3. Качество как инструмент управления
- 4.2.4. Системы управления качеством
- 4.2.5. Системы всеобщего управления качеством

4.3. Введение в качество: концепции и эволюция

- 4.3.1. Качество обслуживания в секторе туризма
- 4.3.2. Концепции качества
- 4.3.3. Эволюция концепции качества
- 4.3.4. Размеры и принципы концепции качества
- 4.3.5. Процесс обеспечения качества для внутренних и внешних потребителей

4.4. Основные теории качества

- 4.4.1. Теории качества, применяемые к сектору туризма
- 4.4.2. Всеобщее управление качеством (Деминг)
- 4.4.3. Всеобщее управление качеством (Джуран)
- 4.4.4. Всеобщее управление качеством (Кросби)
- 4.4.5. Всеобщее управление качеством (Фейгенбаум)
- 4.4.6. Всеобщее управление качеством (Исикава)
- 4.4.7. Всеобщее управление качеством (Тагути)
- 4.4.8. Всеобщее управление качеством (TQM) в применении к сектору туризма

4.5. Затраты на качество на предприятиях туризма

- 4.5.1. Понятие и классификация затрат, связанных с качеством
- 4.5.2. Затраты, возникающие в результате неудач
- 4.5.3. Отмена профилактических мероприятий
- 4.5.4. Расходы, связанные с мониторингом и оценками
- 4.5.5. Расходы, связанные с мониторингом и оценками
- 4.5.6. Важность управления затратами на качество в туристической компании

4.6. Анализ, диагностика, планирование и контроль качества в туризме

- 4.6.1. Процесс качественного туристического обслуживания
- 4.6.2. Разработка и внедрение системы качества в туристической компании
- 4.6.3. Этапы процесса внедрения системы качества

4.7. Процессы внедрения системы качества и охраны окружающей среды

- 4.7.1. Интерпретация стандарта
- 4.7.2. Внедрение процессов и руководств по качеству
- 4.7.3. Инструменты качества
- 4.7.4. Планы по совершенствованию
- 4.7.5. Внутренний и внешний аудит

4.8. Управление качеством в сфере туристских услуг

- 4.8.1. Качество туристских услуг и восприятие клиентов
- 4.8.2. Методы выявления удовлетворенности потребителей
- 4.8.3. Онлайн управление репутацией предложений и жалоб
- 4.8.4. Модель SERQUAL применительно к туристическому предприятию
- 4.8.5. Модель HOTELQUAL

4.9. Инновации в туристическом секторе

- 4.9.1. Управление инновациями
- 4.9.2. Введение в инновации
- 4.9.3. Виды инноваций. Инновации в процессах управления
- 4.9.4. Инновационный менеджмент: стратегии
- 4.9.5. Стандартизация в НИОКР

Модуль 5. Управление туристической деятельностью

5.1. Туристское предприятие как система 5.1.1. Внутренняя и внешняя среда компании 5.1.2. Концепция системы и подсистемы 5.1.3. Производство 5.1.4. Различные подходы к концепции производства 5.1.5. Производственная функция 5.1.6. Цели компании в сравнении с производством 5.1.7. Производство предприятий сферы услуг 5.1.8. Промышленность и услуги: зачем нужна дифференциация? 5.1.9. Пять характеристик производства на предприятии сферы услуг 5.1.10. Производство на предприятиях туризма	5.2. Операции и производственные процессы в секторе туризма 5.2.1. Основные понятия: операции, процессы, методы, процедуры, системы, моделирование и прогнозирование 5.2.2. Две существенные переменные для туризма: пространство и время 5.2.3. Карта четырех влияющих факторов: среда, учреждение, модель управления и человеческие ресурсы	5.3. Производственные процессы в транспортных компаниях 5.3.1. Транспорт и его позиционирование в туристической деятельности 5.3.2. Способы осуществления перевозок: коммерческая авиация, железнодорожный, автомобильный и водный транспорт 5.3.3. Деятельность транспортного подсектора. Анализ основных видов деятельности: характеристики и особенности: воздушный, железнодорожный, автомобильный и водный транспорт	5.4. Управление круизными операциями 5.4.1. Введение, контекст туризма. Развитие круизного туризма 5.4.2. Причины превращения в туристский продукт 5.4.3. Водный транспорт: характеристики, порты и типы портов 5.4.4. Способы и услуги в сфере морского транспорта, основные морские компании 5.4.5. Регулярный морской транспорт. Дискретный или туристический транспорт 5.4.6. Характеристики круизного продукта, морские термины и классы судов. Характеристики круизных судов 5.4.7. Морские термины
5.4.8. Круизы, особенности, услуги, бронирование и тарифы 5.4.9. Основные судоходные линии, классификация. Классификация судоходных линий 5.4.10. Тенденции развития круизного туризма	5.5. Операционные процедуры для круизных судов в порту 5.5.1. Специфическая лексика 5.5.2. Навигационные агенты 5.5.3. Портовое обслуживание транзитных пассажирских круизных судов 5.5.4. Операционные процедуры для судов, операции по швартовке и отшвартовке 5.5.5. Процессы разработки и составления маршрутов 5.5.6. Каналы распределения 5.5.7. Международные морские конвенции, правила	5.6. Управление операциями аэропортов и авиакомпаний 5.6.1. Введение в авиационную деятельность 5.6.2. Традиционные и бюджетные (<i>low cost</i>) авиакомпании 5.6.3. Воздушные операции. Погрузка и разгрузка. Пассажирские манифесты 5.6.4. Аэропорты. Классификация 5.6.5. Средства навигации: VOR, ILS (Instrumented Landing System), GWPS 5.6.6. Характеристики, авиационные термины и типы самолетов 5.6.7. ИКАО. Международная организация гражданской авиации 5.6.8. Авиационные происшествия. Исследовательские операции. Следственные советы	5.7. Дополнительное туристское предложение 5.7.1. Концепция и типологии дополнительного туристского предложения 5.7.2. Предложение для спорта: горнолыжные курорты, пристани для яхт и поля для гольфа 5.7.3. Природные парки 5.7.4. Тематические парки 5.7.5. Компании, специализирующиеся на предложениях в области культуры и конгрессов, съездов и выставок (MICE).

5.8. Производственные процессы на предприятиях досуга

- 5.8.1. Компании спортивного туризма: горнолыжные курорты, причалы для яхт, пристани и яхтенные курорты, поля для гольфа
- 5.8.2. Компании, занимающиеся приключенческим туризмом
- 5.8.3. Туризм на охраняемых природных территориях
- 5.8.4. Тематические парки
- 5.8.5. Культурное предложение

5.9. Управление операциями на спортивных курортах

- 5.9.1. Спортивная индустрия как туристическая достопримечательность
- 5.9.2. Спортивные курорты. Категории
- 5.9.3. Организация спортивного курорта. Отделы
- 5.9.4. Управление гольф-полем: тактические и оперативные решения
- 5.9.5. Важность управления талантами
- 5.9.6. Операции и процессы в отделе гольфа
- 5.9.7. Деятельность и процессы отдела футбола
- 5.9.8. Другие операции и процессы отдела других видов спорта
- 5.9.9. Обслуживание спортивных покрытий
- 5.9.10. Интеллектуальное и устойчивое управление водными ресурсами для спортивных покрытий

5.10. Маркетинг спортивных курортов

- 5.10.1. Маркетинг, ориентированный на спортивные команды и клубы высшего уровня
- 5.10.2. Международные ярмарки и мероприятия
- 5.10.3. Социальные сети. Производство собственного контента для спортивных мероприятий
- 5.10.4. Инновации на спортивных курортах
- 5.10.5. Операции в коммерческом отделе спортивных курортов
- 5.10.6. Маркетинг полей для гольфа. Организация турниров
- 5.10.7. Маркетинг футбольного оборудования. Размещение, лагеря и питание
- 5.10.8. Маркетинг других видов спорта

Модуль 6. Организация конгрессов, мероприятий и протоколов**6.1. Общие положения**

- 6.1.1. Роль организатора мероприятия
- 6.1.2. Характеристика ассоциаций и деловых встреч
- 6.1.3. Административный процесс проведения собраний

6.2. Административный процесс организатора мероприятия

- 6.2.1. Прогноз
- 6.2.2. Планирование
- 6.2.3. Организация
- 6.2.4. Руководство
- 6.2.5. Контроль

6.3. Планирование мероприятий

- 6.3.1. Контрольные списки
- 6.3.2. Области и этапы регистрации и контроля
- 6.3.3. Типы событий
- 6.3.4. Основные сферы ответственности

6.4. Организация протокольного мероприятия

- 6.4.1. Этапы организации мероприятия
- 6.4.2. Изготовление плакатов и приглашений
- 6.4.3. Программа и ее элементы

6.5. Современные представления об организации мероприятий, протоколе и институциональных отношениях

- 6.5.1. Руководитель протокола учреждения
- 6.5.2. Основные функции и критерии в работе отдела производства мероприятий и/или протокола

6.6. Организация мероприятий в компаниях

- 6.6.1. Причины появления протокола компании
- 6.6.2. Смешанное управление

6.7. Внутреннее руководство по организации мероприятий в компании

- 6.7.1. Основные критерии руководства по протоколу компании

6.8. Организация мероприятий в университетах

- 6.8.1. Происхождение университетских церемоний
- 6.8.2. Основные элементы символики и церемонии в университетах
- 6.8.3. Университетские прецеденты

6.9. Питание и банкеты

- 6.9.1. Организационные методы
- 6.9.2. Виды столов и правила поведения во время приема пищи
- 6.9.3. Сборки и диаграммы

Модуль 7. Введение в организацию и управление бизнесом

7.1. Концепция компании

- 7.1.1. Концепция компании
- 7.1.2. Функции компании
- 7.1.3. Роль предпринимателя
- 7.1.4. Цели компании
- 7.1.5. Историческое развитие компании
- 7.1.6. Классификация компаний
- 7.1.7. Характеристика предприятий в секторе туризма
- 7.1.8. Деловая среда

7.2. Организационные структуры

- 7.2.1. Что такое организационная структура?
- 7.2.2. Основные принципы организационных структур
- 7.2.3. Организационные структуры
- 7.2.4. Функциональные области

7.3. Функции компании

- 7.3.1. Операционная функция
- 7.3.2. Операционная функция
- 7.3.3. Операционная функция в компаниях туристического сектора
- 7.3.4. Производственный процесс
- 7.3.5. Операционные процессы на предприятиях туризма

7.4. Коммерческая функция

- 7.4.1. Введение в маркетинг
- 7.4.2. Тенденции в бизнес-маркетинге

7.5. Финансовая функция

- 7.5.1. Финансирование
- 7.5.2. Финансовая система
- 7.5.3. Финансовое планирование

7.6. Функция управления

- 7.6.1. Функция управления
- 7.6.2. Уровни управления
- 7.6.3. Деловое сотрудничество

7.7. Функция управления персоналом

- 7.6.1. Рынок труда в секторе туризма
- 7.6.2. Функция управления персоналом
- 7.6.3. Фазы процесса управления человеческими ресурсами

7.8. Создание и работа малых и средних предприятий

Модуль 8. Коммерческий менеджмент и маркетинг

8.1. Конкуренция

- 8.1.1. Концепция и уровни конкуренции
- 8.1.2. Виды конкуренции
- 8.1.3. Стратегии лидеров рынка
- 8.1.4. Стратегии компаний, занимающих вторую позицию на рынке
- 8.1.5. Стратегии компаний, не занимающих лидирующего положения на рынке и не претендующие на него
- 8.1.6. Стратегии нишевого специалиста
- 8.1.7. Бенчмаркинг

8.2. Продукт

- 8.2.1. Введение в маркетинг-микс
- 8.2.2. Концептуальность и размерность
- 8.2.3. Классификация продуктов
- 8.2.4. Соображения, связанные с обслуживанием
- 8.2.5. Портфель продуктов
- 8.2.6. Жизненный цикл продукта
- 8.2.7. Идентификация продукта
- 8.2.8. Качество продукции
- 8.2.9. Новые продукты

8.3. Цена

- 8.3.1. Понятие и значение цены
- 8.3.2. Ограничения в ценообразовании
- 8.3.3. Методы ценообразования
- 8.3.4. Стратегии ценообразования
- 8.3.5. Yield Management или управление доходностью
- 8.3.6. Оплата

8.4. Дистрибуция

- 8.4.1. Концепция дистрибуции
- 8.4.2. Роли посредников
- 8.4.3. Каналы распределения
- 8.4.4. Торговый персонал и мерчандайзинг
- 8.4.5. Коммерческая дистрибуция
- 8.4.6. Оптовая торговля
- 8.4.7. Розничная торговля
- 8.4.8. Интеграция и каналные системы
- 8.4.9. Логистика

8.5. Коммуникация

- 8.5.1. Процесс деловой коммуникации
- 8.5.2. Инструменты маркетинговой коммуникации
- 8.5.3. Планирование коммерческой коммуникации
- 8.5.4. Реклама
- 8.5.5. Продвижение продаж
- 8.5.6. Связи с общественностью
- 8.5.7. Личные продажи
- 8.5.8. Прямой по маркетингу

8.6. Маркетинговый план или бизнес-план

- 8.6.1. Концептуализация
- 8.6.2. Задачи коммерческого менеджмента
- 8.6.3. Характеристики
- 8.6.4. Требования
- 8.6.5. Процесс составления плана

Модуль 9. Основы бухгалтерского учета**9.1. Бухгалтерский учет как информационная и контрольная система**

- 9.1.1. Экономическая деятельность. Фактические и финансовые потоки
- 9.1.2. Экономическая и финансовая информация. Требования и пользователи
- 9.1.3. Концепция бухгалтерского учета
- 9.1.4. Отдел бухгалтерского учета
- 9.1.5. Планирование и стандартизация бухгалтерского учета
- 9.1.6. Теоретические и практические вопросы

9.2. Бухгалтерские активы

- 9.2.1. Концепция балансового капитала
- 9.2.2. Патримониальные элементы
- 9.2.3. Наследственные массы
- 9.2.4. Оборотный капитал. Остатки активов
- 9.2.5. Теоретические и практические вопросы

9.4. Метод учета. Терминология и функциональность счетов

- 9.4.1. Счет как инструмент. Структура счета
- 9.4.2. Терминология счетов
- 9.4.3. Дебетовое и кредитное соглашение
- 9.4.4. Двойная запись
- 9.4.5. Запись бухгалтерскими проводками
- 9.4.6. Бухгалтерские книги
- 9.4.7. Работа со счетами активов
- 9.4.8. Функционирование пассивных счетов
- 9.4.9. Работа с долевыми счетами
- 9.4.10. Счета закупок и расходов. Продажи и доходы
- 9.4.11. Теоретические и практические вопросы. Конкретные примеры

9.4. Бухгалтерский цикл

- 9.4.1. Фазы бухгалтерского цикла
- 9.4.2. Подготовка годовой отчетности
- 9.4.3. Интерпретация финансовой отчетности
- 9.4.4. Теоретические и практические вопросы. Конкретные примеры

Модуль 10. Лидерство, этика и корпоративная социальная ответственность**10.1. Глобализация и управление**

- 10.1.1. Управление и корпоративное управление
- 10.1.2. Основы корпоративного управления в бизнесе
- 10.1.3. Роль совета директоров в системе корпоративного управления

10.2. Лидерство

- 10.2.1. Лидерство. Концептуальный подход
- 10.2.2. Лидерство в компаниях
- 10.2.3. Значение лидера в управлении компаниями

10.3. Кросс-культурный менеджмент

- 10.3.1. Концепция кросс-культурного менеджмента
- 10.3.2. Вклад в познание национальных культур
- 10.3.3. Управление разнообразием

10.4. Развитие менеджмента и лидерство

- 10.4.1. Понятие развития менеджмента
- 10.4.2. Понятие лидерства
- 10.4.3. Теории лидерства
- 10.4.4. Стили лидерства
- 10.4.5. Интеллект в лидерстве
- 10.4.6. Современные проблемы лидерства

10.5. Деловая этика

- 10.5.1. Этика и мораль
- 10.5.2. Деловая этика
- 10.5.3. Лидерство и деловая этика

10.6. Устойчивость

- 10.6.1. Устойчивость и устойчивое развитие
- 10.6.2. Повестка дня на 2030 год
- 10.6.3. Устойчивые предприятия

10.7. Корпоративная социальная ответственность

- 10.7.1. Международное измерение корпоративной социальной ответственности
- 10.7.2. Реализация КСО
- 10.7.3. Воздействие и измерение корпоративной социальной ответственности

10.8. Системы и инструменты ответственного менеджмента

- 10.8.1. КСО: корпоративная социальная ответственность
- 10.8.2. Основные аспекты реализации стратегии ответственного управления
- 10.8.3. Этапы внедрения системы управления корпоративной социальной ответственностью
- 10.8.4. Инструменты и стандарты КСО

10.9. Международные компании и права человека

- 10.9.1. Глобализация, международные компании и права человека
- 10.9.2. Транснациональные компании и международное право

10.9.3. Правовые инструменты для международных компаний в области прав человека**10.10. Юридическая среда и корпоративное управление**

- 10.10.1. Международное регулирование импорта и экспорта
- 10.10.2. Интеллектуальная собственность и промышленная собственность

10.10.3. Международное трудовое законодательство

Модуль 11. Управление персоналом и талантами

11.1. Управление человеческими ресурсами по сферам компетенций 11.1.1. Анализ потенциала 11.1.2. Политика вознаграждения 11.1.3. Планы карьерного роста/преемственности	11.2. Оценка эффективности и управление эффективностью 11.2.1. Управление эффективностью 11.2.2. Управление эффективностью: цели и процесс	11.3. Инновации в управлении талантами и персоналом 11.3.1. Модели стратегического управления талантами 11.3.2. Выявление, обучение и развитие талантов 11.3.3. Лояльность и удержание 11.3.4. Проактивность и инновации	11.4. Мотивация 11.4.1. Природа мотивации 11.4.2. Теория ожиданий 11.4.3. Теории потребностей 11.4.4. Мотивация и материальное вознаграждение
11.5. Развитие высокоэффективных команд 11.5.1. Высокоэффективные команды: самоуправляемые команды 11.5.2. Методики управления высокоэффективными самоуправляемыми командами	11.6. Переговоры и управление конфликтами 11.6.1. Переговоры 11.6.2. Управление конфликтами 11.6.3. Антикризисное управление	11.7. Управленческая коммуникация 11.7.1. Внутренняя и внешняя коммуникация в бизнес-среде 11.7.2. Отделы коммуникаций 11.7.3. Лицо, ответственное за связи в компании. Профиль директора по коммуникациям	11.8. Производительность, привлечение, удержание и активизация талантов 11.8.1. Производительность 11.8.2. Рычаги привлечения и удержания талантов

Модуль 12. Финансово-экономическое управление

12.1. Экономическая среда 12.1.1. Макроэкономическая среда и национальная финансовая система 12.1.2. Финансовые институты 12.1.3. Финансовые рынки 12.1.4. Финансовые активы 12.1.5. Другие субъекты финансового сектора	12.2. Бухгалтерский административный учет 12.2.1. Основные понятия 12.2.2. Активы компании 12.2.3. Пассивы компании 12.2.4. Чистая стоимость компании 12.2.5. Отчет о прибыли и убытках	12.3. Информационные системы и бизнес-аналитика 12.3.1. Основы и классификация 12.3.2. Этапы и методы распределения затрат 12.3.3. Выбор центра затрат и его влияние	12.4. Бюджет и административный контроль 12.4.1. Модель бюджета 12.4.2. Капитальное бюджетирование 12.4.3. Операционный бюджет 12.4.5. Бюджет денежных средств 12.4.6. Мониторинг бюджета
12.5. Финансовый менеджмент 12.5.1. Финансовые решения компании 12.5.2. Финансовый отдел 12.5.3. Денежные излишки 12.5.4. Риски, связанные с финансовым менеджментом 12.5.5. Управление рисками финансового менеджмента	12.6. Финансовое планирование 12.6.1. Определение финансового планирования 12.6.2. Действия, которые необходимо предпринять при финансовом планировании 12.6.3. Создание и формирование бизнес-стратегии 12.6.4. Таблица движения денежных средств 12.6.5. Таблица оборотного капитала	12.7. Финансовая стратегия компании 12.7.1. Корпоративная стратегия и источники финансирования 12.7.2. Финансовые продукты корпоративного финансирования	12.8. Стратегическое финансирование 12.8.1. Самостоятельное финансирование 12.8.2. Привлечение акционерного капитала 12.8.3. Гибридные ресурсы 12.8.4. Финансирование через посредников
12.9. Финансовый анализ и планирование 12.9.1. Анализ бухгалтерского баланса 12.9.2. Анализ отчета о прибылях и убытках 12.9.3. Анализ рентабельности	12.10. Анализ и решение случаев/проблем 12.10.1. Финансовая информация о компании Industria de Diseño y Textil, S.A. (INDITEX)		

Модуль 13. Исполнительный менеджмент

13.1. Генеральный менеджмент 13.1.1. Понятие генерального управления 13.1.2. Действия генерального директора 13.1.3. Генеральный менеджер и его функции 13.1.4. Преобразование работы менеджмента	13.2. Руководитель и его функции. Организационная культура и подходы к ее формированию 13.2.1. Руководитель и его функции. Организационная культура и подходы к ее формированию	13.3. Операционный менеджмент 13.3.1. Важность управления 13.3.2. Цепочка создания стоимости 13.3.3. Управление качеством	13.4. Публичные выступления и подготовка пресс-секретарей 13.4.1. Межличностная коммуникация 13.4.2. Коммуникативные навыки и влияние 13.4.3. Барьеры в коммуникации
13.5. Инструменты личной и организационной коммуникации 13.5.1. Межличностная коммуникация 13.5.2. Инструменты межличностной коммуникации 13.5.3. Коммуникация в организации 13.5.4. Инструменты в организации	13.6. Общение в кризисных ситуациях 13.6.1. Кризис 13.6.2. Фазы кризиса 13.6.3. Сообщения: содержание и моменты	13.7. Подготовка кризисного плана 13.7.1. Анализ потенциальных проблем 13.7.2. Планирование 13.7.3. Подходящий персонал	13.8. Эмоциональный интеллект 13.8.1. Эмоциональный интеллект и коммуникация 13.8.2. Ассертивность, эмпатия и активное слушание 13.8.3. Самооценка и эмоциональное общение
13.9. Личный брендинг 13.9.1. Стратегии развития личного брендинга 13.9.2. Законы личного брендинга 13.9.3. Инструменты для создания персонального бренда	13.10. Лидерство и управление командой 13.10.1. Лидерство и стили руководства 13.10.2. Возможности и проблемы лидера 13.10.3. Управление процессами изменений 13.10.4. Управление мультикультурными командами		



*Уникальный, ключевой
и решающий опыт обучения
для повышения вашего
профессионального роста"*

07

Методология

Данная учебная программа предлагает особый способ обучения. Наша методология разработана в режиме циклического обучения: **Relearning**.

Данная система обучения используется, например, в самых престижных медицинских школах мира и признана одной из самых эффективных ведущими изданиями, такими как **Журнал медицины Новой Англии**.





“

Откройте для себя методику *Relearning*, которая отвергает традиционное линейное обучение, чтобы показать вам циклические системы обучения: способ, который доказал свою огромную эффективность, особенно в предметах, требующих запоминания”

Бизнес-школа TESH использует метод кейсов для контекстуализации всего содержания

Наша программа предлагает революционный метод развития навыков и знаний. Наша цель - укрепить компетенции в условиях меняющейся среды, конкуренции и высоких требований.

“

С TESH вы сможете познакомиться со способом обучения, который опровергает основы традиционных методов образования в университетах по всему миру”



Эта программа подготовит вас к решению бизнес-задач в условиях неопределенности и достижению успеха в бизнесе.



Наша программа подготовит вас к решению новых задач в условиях неопределенности и достижению успеха в карьере.

Инновационный и отличный от других метод обучения

Эта программа TECH - интенсивная программа обучения, созданная с нуля для того, чтобы предложить менеджерам задачи и бизнес-решения на самом высоком уровне, на международной арене. Благодаря этой методологии ускоряется личностный и профессиональный рост, делая решающий шаг на пути к успеху.

Метод кейсов, составляющий основу данного содержания, обеспечивает следование самым современным экономическим, социальным и деловым реалиям.

“*В ходе совместной деятельности и рассмотрения реальных кейсов студент научится разрешать сложные ситуации в реальной бизнес-среде*”

Метод кейсов является наиболее широко используемой системой обучения в лучших бизнес-школах мира на протяжении всего времени их существования. Разработанный в 1912 году для того, чтобы студенты-юристы могли изучать право не только на основе теоретического содержания, метод кейсов заключается в том, что им представляются реальные сложные ситуации для принятия обоснованных решений и ценностных суждений о том, как их разрешить. В 1924 году он был установлен в качестве стандартного метода обучения в Гарвардском университете.

Что должен делать профессионал в определенной ситуации? Именно с этим вопросом мы сталкиваемся при использовании метода кейсов - метода обучения, ориентированного на действие. На протяжении всей программы студенты будут сталкиваться с многочисленными реальными случаями из жизни. Им придется интегрировать все свои знания, исследовать, аргументировать и защищать свои идеи и решения.

Методология *Relearning*

ТЕСН эффективно объединяет метод кейсов с системой 100% онлайн-обучения, основанной на повторении, которая сочетает различные дидактические элементы в каждом уроке.

Мы улучшаем метод кейсов с помощью лучшего метода 100% онлайн-обучения: *Relearning*.

Наша онлайн-система позволит вам организовать свое время и темп обучения, адаптируя его к вашему графику. Вы сможете получить доступ к содержанию с любого стационарного или мобильного устройства с выходом в интернет.

В ТЕСН вы будете учиться по передовой методике, разработанной для подготовки руководителей будущего. Этот метод, играющий ведущую роль в мировой педагогике, называется *Relearning*.

Наша Бизнес-школа - единственный вуз, имеющий лицензию на использование этого успешного метода. В 2019 году нам удалось повысить общий уровень удовлетворенности наших студентов (качество преподавания, качество материалов, структура курса, цели...) по отношению к показателям лучшего онлайн-университета.



В нашей программе обучение не является линейным процессом, а происходит по спирали (мы учимся, разучиваемся, забываем и заново учимся). Поэтому мы дополняем каждый из этих элементов по концентрическому принципу. Благодаря этой методике более 650 000 выпускников университетов добились беспрецедентного успеха в таких разных областях, как биохимия, генетика, хирургия, международное право, управленческие навыки, спортивная наука, философия, право, инженерное дело, журналистика, история, финансовые рынки и инструменты. Наша методология преподавания разработана в среде с высокими требованиями к уровню подготовки, с университетским контингентом студентов с высоким социально-экономическим уровнем и средним возрастом 43,5 года.

Методика Relearning позволит вам учиться с меньшими усилиями и большей эффективностью, все больше вовлекая вас в процесс обучения, развивая критическое мышление, отстаивая аргументы и противопоставляя мнения, что непосредственно приведет к успеху.

Согласно последним научным данным в области нейронауки, мы не только знаем, как организовать информацию, идеи, образы и воспоминания, но и знаем, что место и контекст, в котором мы что-то узнали, имеют фундаментальное значение для нашей способности запомнить это и сохранить в гиппокампе, чтобы удержать в долгосрочной памяти.

Таким образом, в рамках так называемого нейрокогнитивного контекстно-зависимого электронного обучения, различные элементы нашей программы связаны с контекстом, в котором участник развивает свою профессиональную практику.



В рамках этой программы вы получаете доступ к лучшим учебным материалам, подготовленным специально для вас:



Учебный материал

Все дидактические материалы создаются преподавателями специально для студентов этого курса, чтобы они были действительно четко сформулированными и полезными.

Затем вся информация переводится в аудиовизуальный формат, создавая дистанционный рабочий метод TECH. Все это осуществляется с применением новейших технологий, обеспечивающих высокое качество каждого из представленных материалов.



Мастер-классы

Существуют научные данные о пользе экспертного наблюдения третьей стороны.

Так называемый метод обучения у эксперта укрепляет знания и память, а также формирует уверенность в наших будущих сложных решениях.



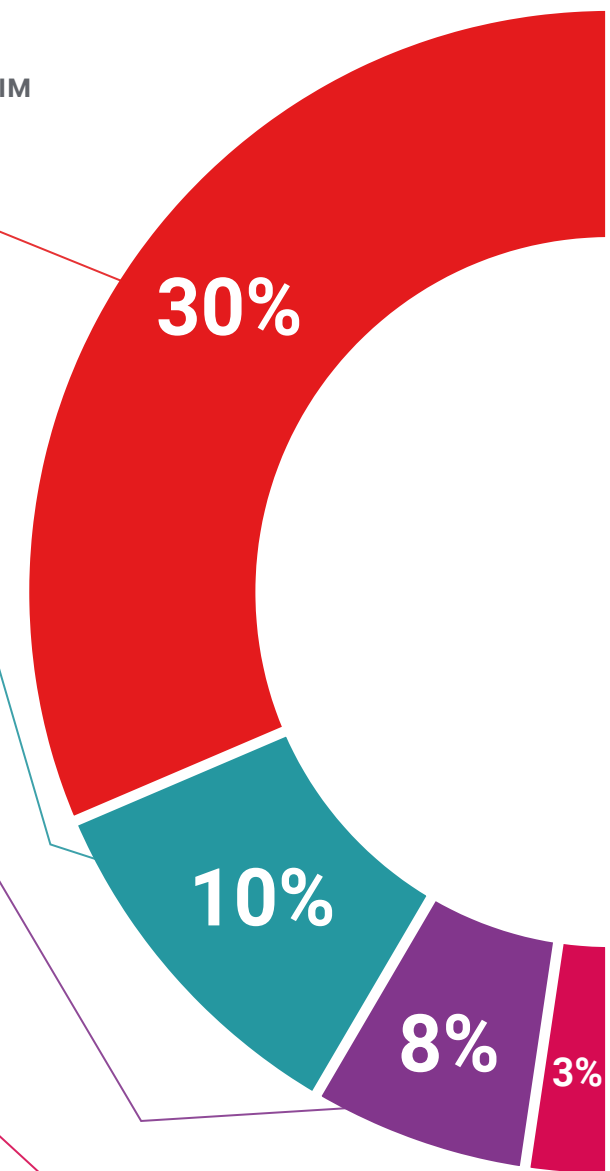
Практика управленческих навыков

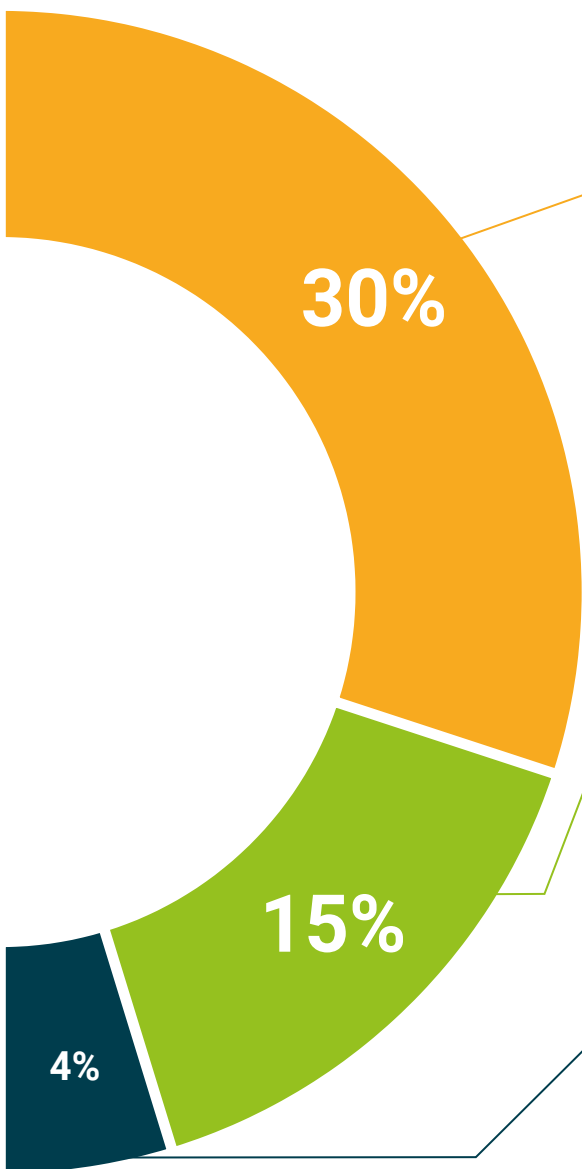
Студенты будут осуществлять деятельность по развитию конкретных управленческих компетенций в каждой предметной области. Практика и динамика приобретения и развития навыков и способностей, необходимых топ-менеджеру в условиях глобализации, в которой мы живем.



Дополнительная литература

Новейшие статьи, консенсусные документы и международные руководства включены в список литературы курса. В виртуальной библиотеке TECH студент будет иметь доступ ко всем материалам, необходимым для завершения обучения.





Метод кейсов

Метод дополнится подборкой лучших кейсов, выбранных специально для этой квалификации. Кейсы представляются, анализируются и преподаются лучшими специалистами в области высшего менеджмента на международной арене.



Интерактивные конспекты

Мы представляем содержание в привлекательной и динамичной мультимедийной форме, которая включает аудио, видео, изображения, диаграммы и концептуальные карты для закрепления знаний.

Эта уникальная обучающая система для представления мультимедийного содержания была отмечена компанией Microsoft как "Европейская история успеха".



Тестирование и повторное тестирование

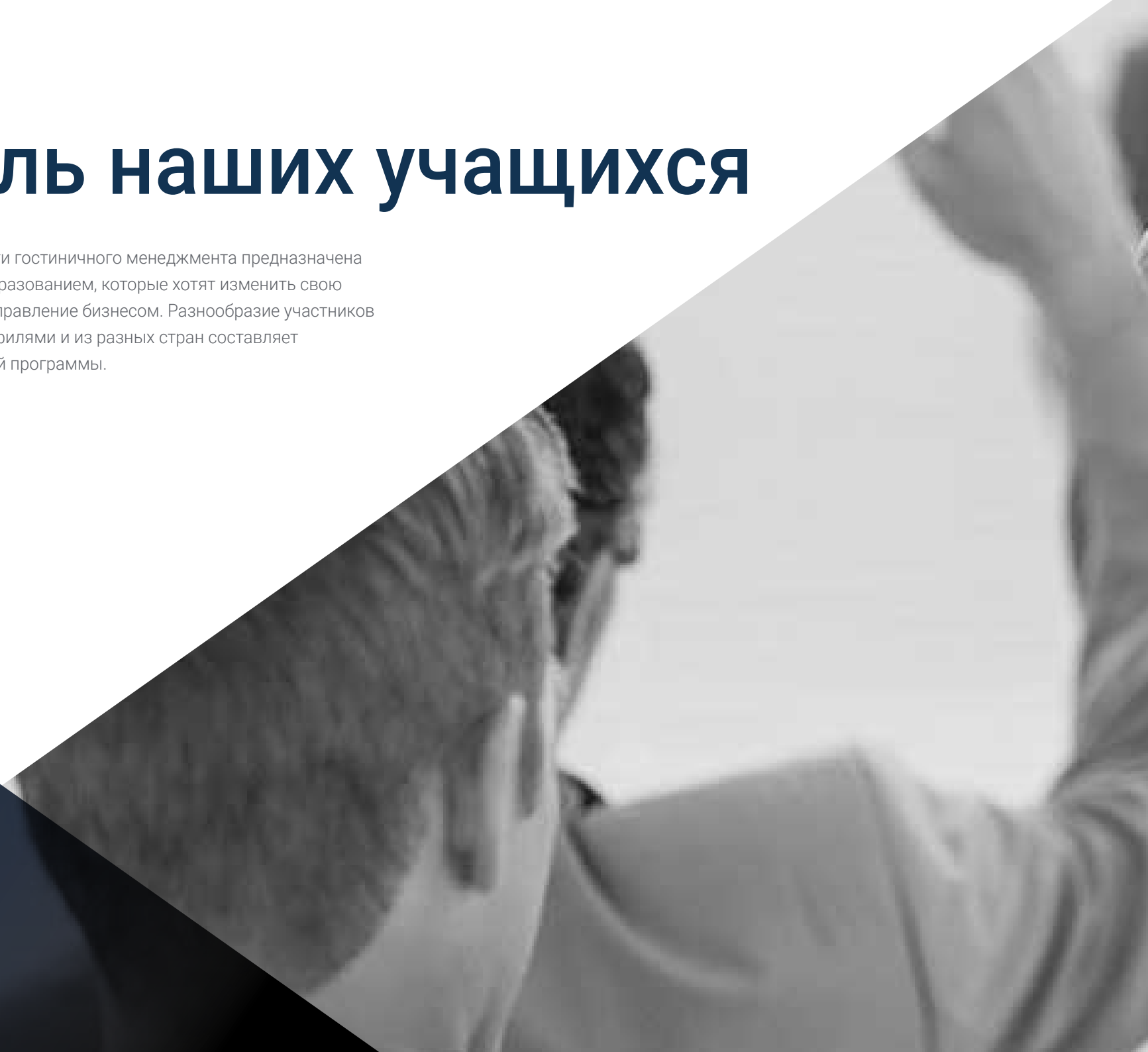
На протяжении всей программы мы периодически оцениваем и переоцениваем ваши знания с помощью оценочных и самооценочных упражнений: так вы сможете убедиться, что достигаете поставленных целей.



08

Профиль наших учащихся

Данная программа MBA в области гостиничного менеджмента предназначена для людей с университетским образованием, которые хотят изменить свою карьеру и ориентировать ее на управление бизнесом. Разнообразие участников с разными академическими профилями и из разных стран составляет междисциплинарный подход этой программы.



“

*Повысьте свои навыки благодаря
программе с высочайшим
качеством преподавания”*

Средний возраст

В возрасте от **35** до **45** лет

Годы практики



Образование



Академический профиль



Географическое распределение



Маргарита Роблес

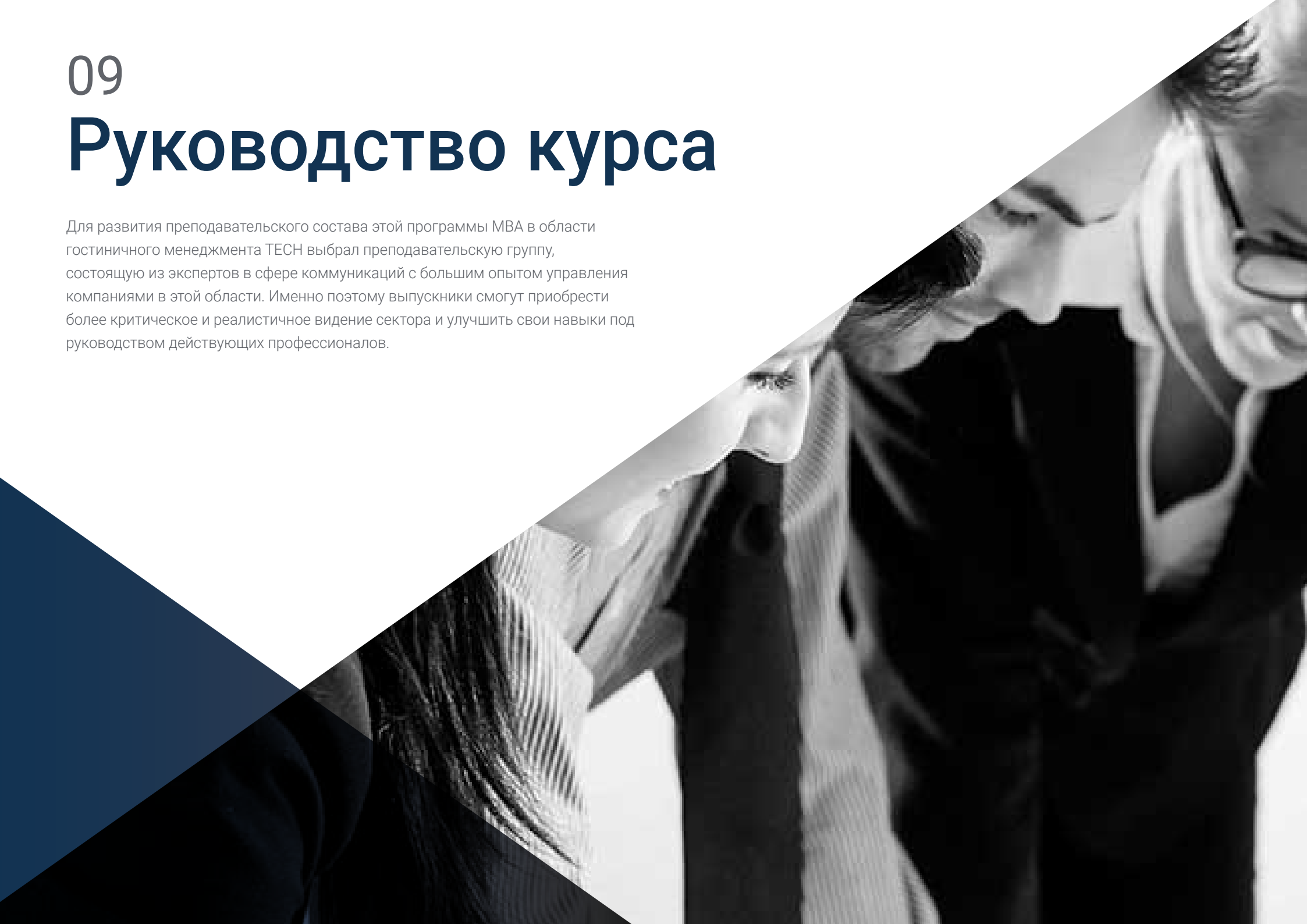
Управляющая отелем

"Меня всегда интересовала работа в сфере туризма. Мне нравится создавать ценные впечатления для туристов, поэтому после многих лет работы в отелях я решила продолжить свое образование в области гостиничного менеджмента и теперь управляю собственным гостиничным предприятием. Несомненно, продвижение в моей профессиональной карьере, которого я бы не достигла без TECH"

09

Руководство курса

Для развития преподавательского состава этой программы MBA в области гостиничного менеджмента ТЕСН выбрал преподавательскую группу, состоящую из экспертов в сфере коммуникаций с большим опытом управления компаниями в этой области. Именно поэтому выпускники смогут приобрести более критическое и реалистичное видение сектора и улучшить свои навыки под руководством действующих профессионалов.



“

*У нас работают лучшие преподаватели,
которые помогут вам добиться
профессионального успеха”*

Приглашенный руководитель международного уровня

Халид Амири - выдающийся лидер в области гостиничного бизнеса и финансов. Его карьера отмечена стратегической направленностью и управленческими навыками на международном уровне. В этой связи он занимал должность **директора по гостиничным операциям** в компании **Marriott International** в Хьюстоне, штат Техас, где отвечал за контроль и оптимизацию деятельности нескольких отелей, обеспечивая безупречное **обслуживание клиентов** и **прибыльность** объектов, находящихся под его руководством. Его опыт работы в индустрии гостеприимства сыграл важную роль в глобальном успехе **Marriott**, одной из крупнейших и наиболее престижных гостиничных сетей в мире.

Он занимал различные должности в гостиничном бизнесе, в частности, был **директором по финансам и бухгалтерскому учету**, также в **Marriott International**. Кроме того, он продемонстрировал исключительную способность руководить командами и проектами с высокой отдачей, реализуя стратегии, которые позволили повысить **операционную эффективность** и **рентабельность** в различных регионах. Его способность адаптироваться к глобальным рынкам и управлять сложными операциями позволила ему стать лидером в **международной индустрии гостеприимства**. Его нацеленность на **результат, инновации** и **качество** стали основой для его продвижения в **Marriott** и в отрасли в целом.

Халид Амири имеет сильное академическое образование, которое дополняет его богатый профессиональный опыт. Халид Амири получил степень **Executive MBA** в Техасском университете, что позволило ему объединить технические знания с передовыми навыками **руководства**. Он также получил степень по **финансам** в Хьюстонском университете, что укрепило его аналитический и стратегический подход.



Г-н Amiri, Khalid

- Директор отдела гостиничных операций, Marriott International, Техас, США
- Директор по финансам и бухгалтерскому учету в Marriott International
- Executive MBA Техасского университета
- Степень бакалавра финансов в Хьюстонском университете

“

Благодаря TECH вы
сможете учиться у лучших
мировых профессионалов”

Приглашенный международный руководитель

Обладая более чем 20-летним опытом создания и руководства глобальными командами по привлечению талантов, Дженнифер Дав является экспертом в области **технологического рекрутинга и стратегии**. На протяжении своей карьеры она занимала руководящие должности в нескольких технологических организациях в компаниях из списка **Fortune 50**, включая **NBCUniversal** и **Comcast**. Ее послужной список позволил ей добиться успеха в конкурентной среде с высокими темпами роста.

В качестве **вице-президента по привлечению талантов в Mastercard** она отвечает за стратегию и реализацию программы привлечения талантов, сотрудничая с бизнес-лидерами и **отделом кадров** для достижения операционных и стратегических целей найма. В частности, она стремится **создать разнообразные, инклюзивные и высокопроизводительные команды**, которые будут способствовать инновациям и росту продуктов и услуг компании. Кроме того, она является экспертом в использовании инструментов для привлечения и удержания лучших специалистов со всего мира. Она также отвечает за **усиление бренда** и ценностного предложения Mastercard через публикации, мероприятия и социальные сети.

Дженнифер Дав демонстрирует свою приверженность постоянному профессиональному развитию, активно участвуя в работе сетей **HR-специалистов** и принимая участие в принятии на работу большого количества сотрудников в различных компаниях. Получив степень бакалавра в области **организационных коммуникаций** в Университете Майами, она занимала руководящие должности в сфере рекрутинга в компаниях различных направлений.

Она получила признание за способность руководить организационными преобразованиями, внедрять технологии в процессы подбора персонала и разрабатывать программы для руководителей, которые готовят учреждения к предстоящим испытаниям. Она также успешно реализовала оздоровительные программы, которые значительно повысили удовлетворенность сотрудников и их удержание.



Г-жа. Дав, Дженнифер

- Вице-президент по привлечению талантов в Mastercard, Нью-Йорк, США
- Директор по привлечению талантов, NBCUniversal Media, Нью-Йорк, США
- Руководитель отдела по подбору персонала в Comcast
- Директор по подбору персонала в Rite Hire Advisory
- Исполнительный вице-президент, отдел продаж в Ardor NY Real Estate
- Директор по подбору персонала в Valerie August & Associates
- Исполнительный директор по работе с клиентами в BNC
- Менеджер по работе с клиентами в Vault
- Степень бакалавра в области организационных коммуникаций в Университете Майами

“

Уникальный, ключевой и решающий опыт обучения, который поможет вам повысить свой профессиональный уровень”

Приглашенный международный руководитель

Технологический лидер с десятилетним опытом работы в крупнейших технологических транснациональных корпорациях, Рик Готьер добился значительных успехов в области облачных услуг и комплексного совершенствования процессов. Он признан как лидер и руководитель высокоэффективных команд, проявляя природный талант к обеспечению высокого уровня вовлеченности своих сотрудников.

Он — прирожденный стратег и руководитель инноваций, разрабатывает новые идеи и подкрепляет свой успех качественными данными. Его опыт работы в Amazon позволил ему управлять и интегрировать ИТ-услуги компании в США. В Microsoft он руководил командой из 104 человек, отвечая за обеспечение корпоративной ИТ-инфраструктуры и поддержку отделов разработки продуктов по всей компании.

Этот опыт позволил ему выделиться как высокоэффективному руководителю с замечательными способностями повышать эффективность, производительность и общую удовлетворенность клиентов.



Г-н. Готьер, Рик

- Региональный руководитель отдела ИТ-Amazon, Сиэтл
- Старший менеджер программ в Amazon
- Вице-президент в компании Wimmer Solutions
- Старший директор производственно-технических служб в Microsoft
- Диплом в области кибербезопасности в Western Governors University
- Технический сертификат по коммерческому дайвингу от Технологического института дайверов
- Диплом в области экологических исследований в Государственном колледже Эвергрин



Воспользуйтесь возможностью узнать о последних достижениях в этой области, чтобы применить их в своей повседневной практике"

Приглашенный международный руководитель

Роми Арман - известный международный эксперт с более чем двадцатилетним опытом работы в области **цифровой трансформации, маркетинга, стратегии и консалтинга**. На протяжении всей своей карьеры он не раз шел на риск и постоянно выступал за **инновации и изменения** в бизнес-среде. Благодаря этому опыту он работал с руководителями компаний и корпоративных организаций по всему миру, подталкивая их к отходу от традиционных бизнес-моделей. Благодаря этому он помог таким компаниям, как Shell, стать **настоящими лидерами рынка**, ориентированными на своих **клиентов и цифровой мир**.

Стратегии, разработанные Арманом, имеют скрытый эффект, поскольку позволили нескольким корпорациям **улучшить опыт потребителей**, сотрудников и акционеров. Успех этого эксперта можно оценить с помощью таких осязаемых показателей, как **CSAT, вовлеченность сотрудников** в работу учреждений, в которых он работал, и **рост финансового показателя EBITDA** в каждом из них.

Кроме того, в своей профессиональной карьере он **взрачивал и возглавлял высокоэффективные команды**, которые даже получали награды за свой **трансформационный потенциал**. В частности, в Shell он всегда стремился решить три задачи: **удовлетворить сложные требования клиентов по декарбонизации, поддержать “экономически эффективную декарбонизацию” и перестроить фрагментированный ландшафт данных, цифровых и технологических**. Таким образом, его усилия показали, что для достижения устойчивого успеха необходимо исходить из потребностей потребителей и закладывать основы для трансформации процессов, данных, технологий и культуры.

С другой стороны, руководитель выделяется своим мастерством в области **применения искусственного интеллекта в бизнесе**, по которому он имеет диплом аспирантуры Лондонской школы бизнеса. В то же время он накопил опыт в области **IoT и Salesforce**.



Г-н. Арман, Роми

- Директор по цифровой трансформации (CDO) в энергетической корпорации Shell, Лондон, Великобритания
- Глобальный руководитель отдела электронной коммерции и обслуживания клиентов в энергетической корпорации Shell
- Национальный менеджер по работе с ключевыми клиентами (автомобильные производители комплектующих и розничные продавцы) в компании Shell в Куала-Лумпуре, Малайзия
- Старший консультант по вопросам управления (сектор финансовых услуг) в компании Accenture в Сингапуре
- Степень бакалавра Университета Лидса
- Диплом последипломного образования по применению искусственного интеллекта в бизнесе для руководителей высшего звена от Лондонской школы бизнеса
- Сертификация профессионалов в области клиентского опыта CCXP
- Курс по цифровой трансформации для руководителей от IMD

“

Вы хотите обновить свои знания на самом высоком образовательном уровне? TECH предлагает вам самое актуальное содержание на академическом рынке, разработанное подлинными экспертами международного уровня"

Приглашенный международный руководитель

Мануэль Аренс – опытный специалист по управлению данными и руководитель высококвалифицированной команды. На самом деле Аренс занимает должность менеджера по глобальным закупкам в подразделении технической инфраструктуры и центров обработки данных компании Google, где он провел большую часть своей карьеры. Работая в Маунтин-Вью, штат Калифорния, он предлагал решения операционных проблем технологического гиганта, таких как целостность основных данных, обновление данных о поставщиках и определение приоритетов поставщиков. Он руководил планированием цепочки поставок для центров обработки данных и оценкой рисков поставщиков, обеспечивая совершенствование процессов и управление рабочими процессами, что привело к значительной экономии средств.

За более чем десятилетний опыт работы в области цифровых решений и руководства компаниями различных отраслей он обладает обширным опытом во всех аспектах предоставления стратегических решений, включая маркетинг, медиа-аналитику, измерение и атрибуцию. За свою работу он получил несколько наград, в том числе премию за лидерство в области BIM, премию за лидерство в области поиска, премию за программу генерации экспортных лидов и премию за лучшую модель продаж в EMEA.

Аренс также занимал должность менеджера по продажам в Дублине, Ирландия. На этой должности он расширил команду от 4 до 14 человек за три года и руководил отделом продаж, добиваясь результатов и хорошо взаимодействуя друг с другом и межфункциональными командами. Он также работал старшим отраслевым аналитиком в Гамбурге, Германия, создавая сюжетные линии для более чем 150 клиентов с использованием внутренних и сторонних инструментов для поддержки анализа. Разрабатывал и писал углубленные отчеты, демонстрирующие его мастерство в данной области, включая понимание макроэкономических и политических/нормативных факторов, влияющих на внедрение и распространение технологий.

Он также руководил группами в таких компаниях, как Eaton, Airbus и Siemens, где приобрел ценный опыт работы с клиентами и управления цепочками поставок. Его особенно отмечают за то, что он постоянно превосходит ожидания, выстраивая ценные отношения с клиентами и беспрепятственно работая с людьми на всех уровнях организации, включая заинтересованные стороны, руководство, членов команды и клиентов. Его подход, основанный на использовании данных, и способность разрабатывать инновационные и масштабируемые решения отраслевых задач сделали его выдающимся лидером в своей области.



Г-н. Аренс, Мануэль

- Старший менеджер по аналитике и технологиям B2B в Google, США
- Менеджер по продажам в Google, Ирландия
- Старший отраслевой аналитик в Google, Германия
- Менеджер по работе с клиентами в Google, Ирландия
- Accounts Payable в Eaton, Великобритания
- Менеджер по цепочке поставок в Airbus, Германия

“

Выбирайте TECH! Вы сможете получить доступ к лучшим дидактическим материалам, находящимся на переднем крае технологий и образования и реализуемым всемирно признанными специалистами в этой области”

Приглашенный международный руководитель

Андреа Ла Сала - опытный руководитель отдела маркетинга, чьи проекты оказали **значительное влияние на модную среду**. На протяжении своей успешной карьеры он решал различные задачи, связанные с **продуктом, мерчендайзингом и коммуникациями**. Все это связано с такими престижными брендами, как **Giorgio Armani, Dolce&Gabbana, Calvin Klein** и другими.

Результаты работы этого **высокопоставленного руководителя международного уровня** связаны с его доказанной способностью **синтезировать информацию** в четкие схемы и осуществлять **конкретные действия** в соответствии с конкретными бизнес-целями. Кроме того, его признают за **проактивность и адаптацию** к быстро меняющемуся рабочему ритму. Ко всему этому он добавляет **сильную коммерческую осведомленность, видение рынка и искреннюю страсть к продукции**.

В качестве **директора по глобальному бренду и мерчендайзингу Giorgio Armani** он курировал различные **маркетинговые стратегии** в области одежды и аксессуаров. Его тактика также была направлена на изучение **розничной торговли и потребностей и поведения потребителей**. В этой роли Ла Сала также отвечал за **формирование маркетинга продукции** на различных рынках, выступая в качестве **руководителя групп в отделах дизайна, коммуникаций и продаж**.

С другой стороны, в таких компаниях, как **Calvin Klein** или **Gruppo Coin**, он занимался проектами, направленными на развитие структуры, разработки и маркетинга различных коллекций. Он также отвечал за создание **эффективных календарей для кампаний** по покупке и продаже. Он также отвечал за **условия, стоимость, процессы и сроки доставки** различных операций.

Благодаря этому опыту Андреа Ла Сала стал одним из лучших и наиболее квалифицированных **корпоративных лидеров в сфере моды и роскоши**. Благодаря высокому управленческому потенциалу ему удалось эффективно реализовать **позитивное позиционирование различных брендов** и переопределить их ключевые показатели эффективности (KPI).



Г-н. Ла Сала, Андреа

- Менеджер по глобальному бренду и мерчендайзингу Armani Exchange в Giorgio Armani, Милан, Италия
- Директор по мерчендайзингу в Calvin Klein
- Ответственный за марку в Gruppo Coin
- Бренд-менеджер в Dolce&Gabbana
- Бренд-менеджер в Sergio Tacchini S.p.A.
- Аналитик рынка в Fastweb
- Степень бакалавра бизнеса и экономики в Восточном университете Пьемонта

“

Самые квалифицированные и опытные международные специалисты ждут вас в TECH, чтобы предложить вам первоклассное обучение, обновленное и основанное на последних научных данных. Чего вы ждете, чтобы поступить?”

Приглашенный международный руководитель

Мик Грам является ярким примером инноваций и передового опыта в области **бизнес-аналитики** на международном уровне. Его успешная карьера связана с руководящими должностями в таких транснациональных корпорациях, как **Walmart** и **Red Bull**. Он также известен своей способностью **определять новые технологии**, которые в долгосрочной перспективе окажут долгосрочное влияние на корпоративную среду.

С другой стороны, руководитель считается **пионером в использовании методов визуализации данных**, которые упрощали сложные массивы, делая их доступными и облегчая принятие решений. Это умение стало основой его профессионального профиля, превратив его в желанного **сотрудника для многих организаций**, делающих ставку на **сбор информации и выработку конкретных действий** на ее основе.

Одним из его самых выдающихся проектов последних лет стала **платформа Walmart Data Safe** - крупнейшая в мире платформа для анализа **больших данных**, созданная на основе облачных технологий. Кроме того, он занимал должность **директора по бизнес-аналитике** в компании **Red Bull**, охватывая такие сферы, как **продажи, дистрибуция, маркетинг и управление цепочками поставок**. Недавно его команда была отмечена за постоянные инновации в использовании нового API Walmart Luminate для анализа покупателей и каналов сбыта.

Что касается образования, то руководитель имеет несколько магистерских и аспирантских степеней, полученных в таких престижных центрах, как **Университет Беркли** в США и **Копенгагенский университет** в Дании. Благодаря постоянному повышению квалификации эксперт добился передовых компетенций. Таким образом, он стал считаться **прирожденным лидером новой глобальной экономики**, в центре которой - стремление к данным и их безграничным возможностям.



Г-н. Грам, Мик

- Директор по бизнес-анализу и аналитике в Red Bull, Лос-Анджелес, США
- Архитектор решений в области бизнес-аналитики для Walmart Data Cafe
- Независимый консультант по бизнес-аналитике и науке о данных
- Директор по бизнес-аналитике в Cargemini
- Старший аналитик в Nordea
- Главный консультант по бизнес-аналитике в SAS
- Образование для руководителей в области искусственного интеллекта и машинного обучения в Инженерном колледже Калифорнийского университета в Беркли
- Executive MBA в области электронной коммерции в Копенгагенском университете
- Бакалавр и магистр математики и статистики в Копенгагенском университете



Учитесь в лучшем онлайн-университете мира по версии Forbes! В рамках этой программы MBA вы получите доступ к обширной библиотеке мультимедийных ресурсов, разработанных всемирно известными преподавателями”

Приглашенный международный руководитель

Скотт Стивенсон - выдающийся специалист по цифровому маркетингу, более 19 лет проработавший в одной из самых влиятельных компаний индустрии развлечений, **Warner Bros. Discovery**. На этой должности он курировал логистику и творческие процессы на различных цифровых платформах, включая социальные сети, поиск, показ и линейные медиа.

Его руководство сыграло решающую роль в разработке стратегий производства платных медиа, что привело к заметному улучшению показателей конверсии в компании.

В то же время он занимал и другие должности, такие как директор по маркетинговым услугам и менеджер по трафику в той же транснациональной компании во время своего предыдущего руководства.

Стивенсон также участвовал в глобальной дистрибуции видеоигр и кампаниях по продаже цифровой недвижимости. Он также отвечал за внедрение операционных стратегий, связанных с формированием, завершением и доставкой звукового и графического контента для телевизионных рекламных роликов и трейлеров.

Кроме того, он получил степень бакалавра в области телекоммуникаций в Университете Флориды и степень магистра в области творческого письма в Калифорнийском университете, что свидетельствует о его мастерстве в области коммуникации и повествования. Кроме того, он участвовал в Школе профессионального развития Гарвардского университета в передовых программах по использованию искусственного интеллекта в бизнесе. Таким образом, его профессиональный профиль является одним из самых актуальных в современной сфере маркетинга и цифровых медиа.



Г-н. Стивенсон, Скотт

- Директор по цифровому маркетингу в Warner Bros. Discovery, Бербанк, США
- Менеджер по трафику в Warner Bros. Entertainment
- Степень магистра в области творческого письма в Калифорнийском университете
- Степень бакалавра в области телекоммуникаций в Университете Флориды

“

Достигайте своих академических и профессиональных целей вместе с самыми квалифицированными специалистами в мире! Преподаватели MBA проведут вас через весь процесс обучения”

Приглашенный международный руководитель

Доктор Эрик Найквист - ведущий международный профессионал в области спорта, построивший впечатляющую карьеру, отмеченную его стратегическим лидерством и способностью управлять изменениями и инновациями в спортивных организациях высшего уровня.

Он занимал такие высокие должности, как **директор по коммуникациям и влиянию в NASCAR**, расположенном во **Флориде, США**. Имея за плечами многолетний опыт работы в NASCAR, доктор Найквист также занимал ряд руководящих должностей, в том числе **старшего вице-президента по стратегическому развитию и генерального директора по коммерческим вопросам**, управляя более чем десятком направлений - от стратегического развития до маркетинга развлечений.

Найквист также внес значительный вклад в развитие ведущих спортивных франшиз Чикаго. Будучи исполнительным вице-президентом клубов **Чикаго Буллз** и **Чикаго Уайт Сокс**, он продемонстрировал свою способность добиваться делового и стратегического успеха в мире профессионального спорта.

Наконец, он начал свою карьеру в спорте, работая в **Нью-Йорке** в качестве старшего стратегического аналитика **Роджера Гуделла** в Национальной футбольной лиге (НФЛ), а до этого - в качестве стажера-юриста в Федерации футбола США.



Д-р. Найквист, Эрик

- Директор по коммуникациям и влиянию, NASCAR, Флорида, США
- Старший вице-президент по стратегическому развитию NASCAR
- Вице-президент NASCAR по стратегическому планированию
- Старший директор по деловым вопросам в NASCAR
- Исполнительный вице-президент по франшизам Чикаго Уайт Сокс
- Исполнительный вице-президент, франшиза Чикаго Буллз
- Менеджер по бизнес-планированию в Национальной футбольной лиге (НФЛ)
- Стажер по деловым вопросам/юриспруденции в Федерации футбола США
- Доктор юриспруденции Чикагского университета
- Магистр делового администрирования-MBA в Школе бизнеса Бута Чикагского университета
- Бакалавр международной экономики Карлтонского колледжа

“

Благодаря этой 100% онлайн-программе вы сможете совмещать учебу с повседневными обязанностями, пользуясь помощью ведущих международных экспертов в интересующей вас области. Записывайтесь сейчас!"

10

Влияние на карьеру

Мы понимаем, что обучение по программе такого рода является крупной финансовой, профессиональной и, конечно же, личной инвестицией. Главной целью осуществления этой большой работы должно быть достижение профессионального роста.

И поэтому мы в ТЕСН делаем все возможное, чтобы помочь вам достичь этого. Таким образом, наш всеобъемлющий учебный план и качество нашего преподавательского состава, а также наша инновационная онлайн-методология станут ключом к вашему профессиональному развитию.



“

Если вы хотите добиться
положительных изменений
в своей профессиональной
карьере, не раздумывайте
и присоединяйтесь к TECH”

*Мы предлагаем
вам уникальную
возможность пройти
специализацию
у лучших
профессионалов
современности,
повысив свои
знания за короткий
промежуток времени.*

Готовы ли вы решиться на перемены? Вас ждет отличный профессиональный рост

MBA в области гостиничного менеджмента в TESH Технологическом университете - это интенсивная программа, которая подготовит вас к решению бизнес-задач и принятию решений на международном уровне. Главная цель - способствовать вашему личностному и профессиональному росту. Мы помогаем вам добиться успеха.

Если вы хотите усовершенствоваться, добиться положительных изменений на профессиональном уровне и пообщаться с лучшими, это место для вас.

*Повысьте свои навыки
управления отелем
и продвигайтесь
по карьерной лестнице.*

Время перемен



Изменения



Повышение заработной платы

Прохождение этой программы означает для наших студентов повышение заработной платы более чем на 25,22%.



Преимущества для вашей компании

Программа MBA в области гостиничного менеджмента способствует повышению таланта организации до его максимального потенциала через специализацию лидеров высокого уровня. Это программа, которая готовит вас к достижению профессионального роста через высшую квалификацию, гарантированную университетом TECH. Участие в этой образовательной программе - это уникальная возможность получить доступ к мощной сети контактов, в которой можно найти будущих профессиональных партнеров, клиентов или поставщиков.



“

Более высокая специализация
в этой области позволит вам
предложить более эффективные
стратегии для успешной работы”

Развитие и удержание талантов в компаниях – лучшая долгосрочная инвестиция.

01

Рост талантов и интеллектуального капитала

Профессионал привносит в компанию новые концепции, стратегии и перспективы, которые могут привести к соответствующим изменениям в организации.

02

Удержание руководителей с высоким потенциалом и избежание "утечки мозгов"

Эта программа укрепляет связь между компанией и специалистом и открывает новые возможности для профессионального роста внутри компании.

03

Создание агентов изменений

Вы сможете принимать решения в периоды неопределенности и кризиса, помогая организации преодолеть их.

04

Расширение возможностей для международной экспансии

Эта программа позволит компании установить контакт с основными рынками мировой экономики.



05

Разработка собственных проектов

Профессионал может работать над реальным проектом или разрабатывать новые проекты в области НИОКР или развития бизнеса своей компании.

06

Повышение конкурентоспособности

Данная программа предоставит специалистам необходимые навыки, чтобы они могли решать новые задачи и тем самым двигать организацию вперед.

12

Квалификация

Бизнес-магистратура в области MBA в области гостиничного менеджмента гарантирует, помимо самого строгого и современного обучения, получение диплома об окончании Бизнес-магистратура, выдаваемого TESH Технологическим университетом.



“

*Успешно пройдите эту программу
и получите университетский диплом
без хлопот, связанных с поездками
и оформлением документов”*

Данная **Бизнес-магистратура в области MBA в области гостиничного менеджмента** содержит самую полную и современную программу на рынке.

После прохождения аттестации студент получит по почте* с подтверждением получения соответствующий диплом **Бизнес-магистратура** выданный **ТЕСН Технологическим университетом**.

Диплом, выданный **ТЕСН Технологическим университетом**, подтверждает квалификацию, полученную в Бизнес-магистратура, и соответствует требованиям, обычно предъявляемым биржами труда, конкурсными экзаменами и комитетами по оценке карьеры.

Диплом: **Бизнес-магистратура в области MBA в области гостиничного менеджмента**

Формат: **онлайн**

Продолжительность: **12 месяцев**



Будущее
Здоровье Доверие Люди
Образование Информация Тьюторы
Гарантия Аккредитация Преподавание
Институты Технология Обучение
Сообщество Обязательство
Персональное внимание Инновации
Знания Настоящее Качество
Веб обучение
Развитие Институты
Виртуальный класс Языки



Бизнес-магистратура
МВА в области гостиничного
менеджмента

- » Формат: онлайн
- » Продолжительность: 12 месяцев
- » Учебное заведение: ТЕСН Технологический университет
- » Расписание: по своему усмотрению
- » Экзамены: онлайн

Бизнес-магистратура

МВА в области гостиничного менеджмента